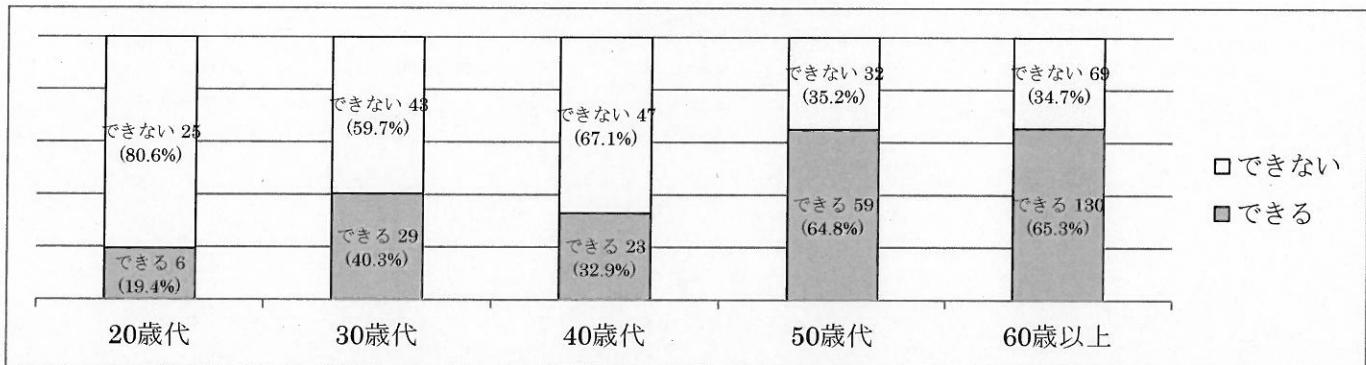
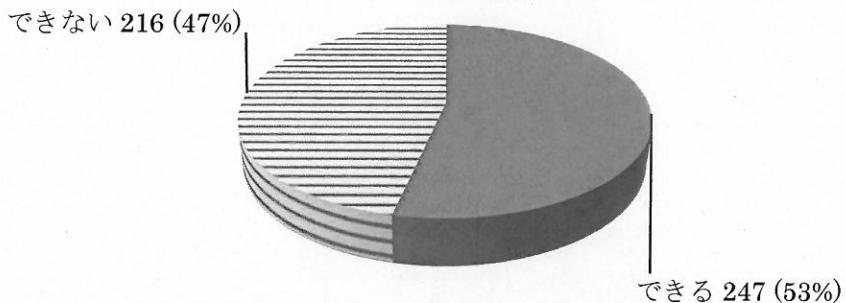
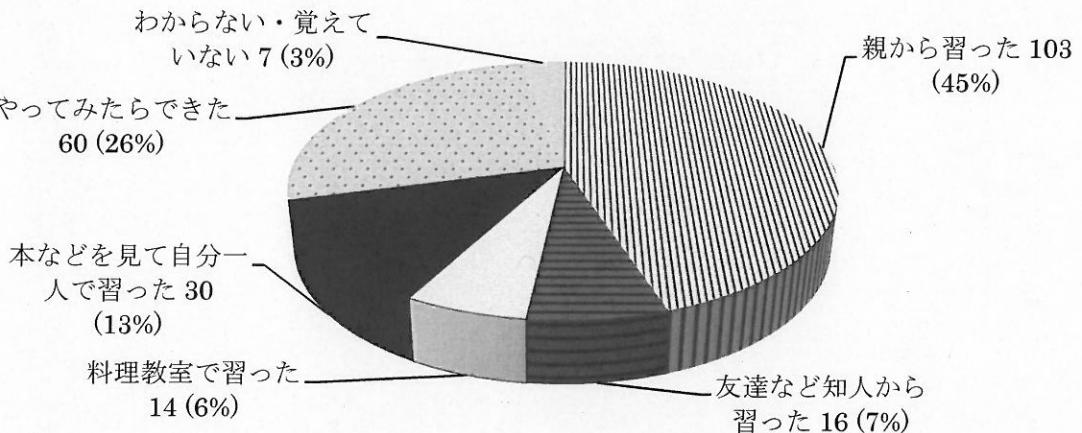


## 魚食の普及等に関する市民アンケート 設問別分析②

質問：あなたは、タイ1匹を買って、刺身を作ることができますか？ [N=463]



質問：「できる」と答えた方にお尋ねします。刺身を作る方法はどのようにして習いましたか？ [N=230]



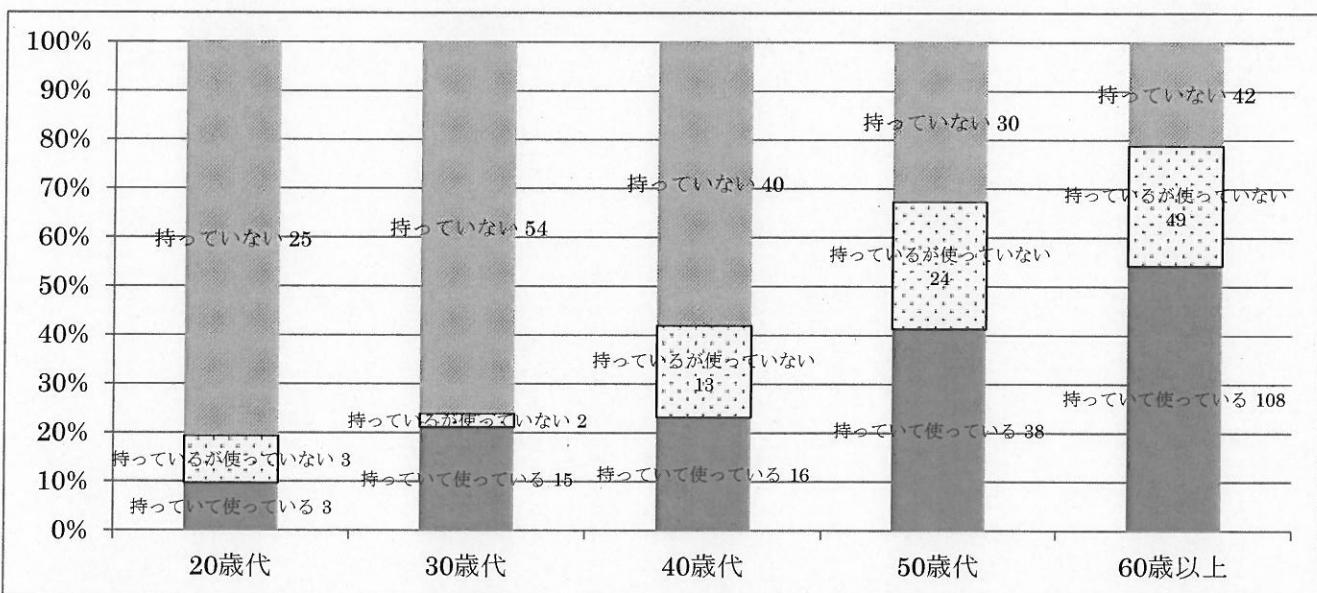
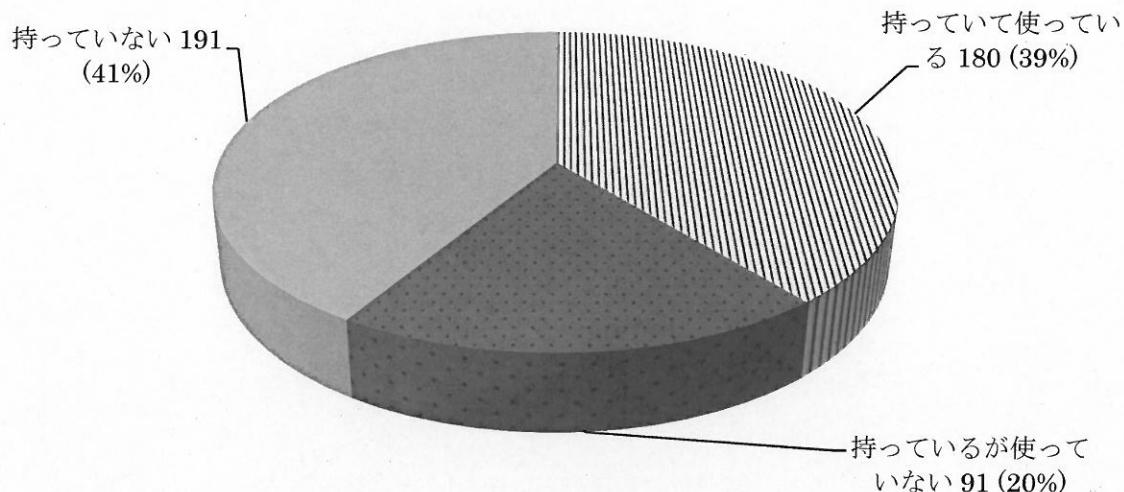
### 【設問別の傾向】

全体でみると鯛1匹を刺身に「できる」と答えた人と「できない」と答えた人はほぼ同じ割合となっている。年代別にみていくと、20歳代は約20%しか刺身にできないが、50歳代以上は約65%の人が刺身にできると世代間の格差は大きい。

### 【平成18年度に実施した市民アンケートとの比較】

世代別で見ると、40代以上でも刺身に出来る割合が5ポイント～12ポイント程度減少傾向にあるものの、50歳以上と未満では、刺身にできる人とできない人の差が非常に大きい。また、刺身に出来る人の約4割が親から習ったと回答しているが、このことは核家族化が進み、これまで親から子供へと受け継がれていた各家庭の調理法等がうまく伝えられていないことが懸念される。

質問：あなたは、刺身包丁や出刃包丁をお持ちですか？また、お持ちの場合は、それを使っていますか？ [N=462]



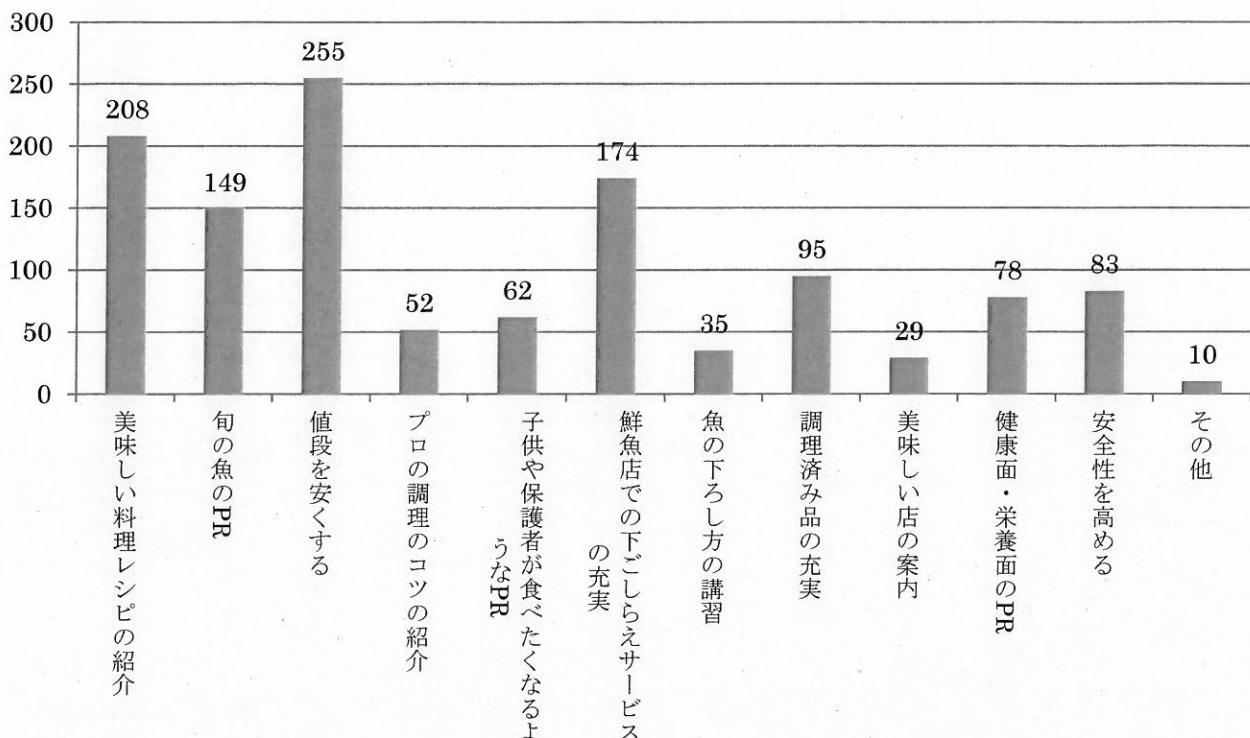
#### 【設問別の傾向】

全体で見ると、約6割の世帯が刺身包丁や出刃包丁を持っているものの、世代別にみると、20歳代では約8割が持っていないのに対し60歳以上では約5割であるように、年代の推移につれ、刺身包丁等を使っている世帯が比例していることが見て取れる。また、全質問の鯛1匹を刺身にできるのと刺身包丁を使っていることは比例関係にある。

#### 【平成18年度に実施した市民アンケートとの比較】

全体で包丁を持っていて使っている人が5ポイント程度減っており、世代別に見ても40歳代、50歳代の「包丁を持っている割合」「持っていて使っている割合」も10~15ポイント減っている。また、30歳代の包丁を持っている割合も15ポイント程度減っている。

質問：あなたが、現在より多くの魚を食べるためには、今後、市場や鮮魚店などで、どのような取り組みを行えばよいとお考えですか？ [N=482]

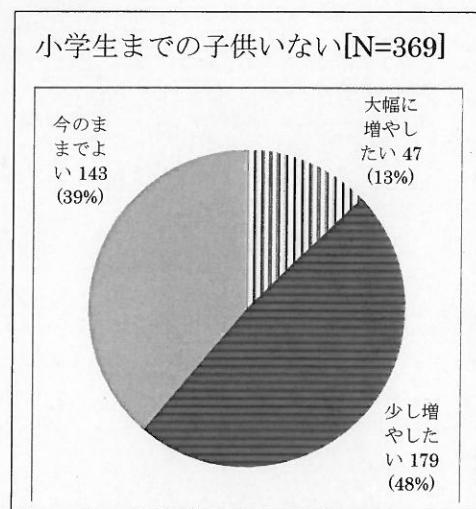
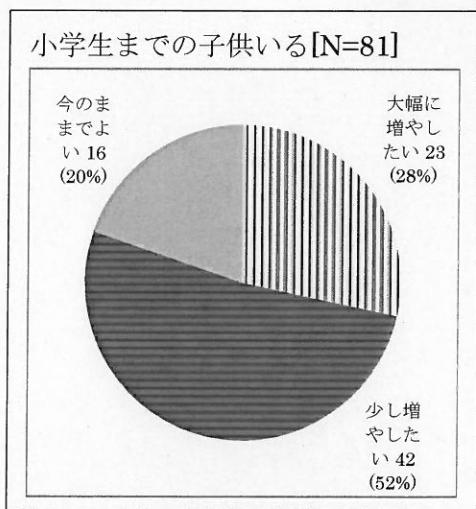
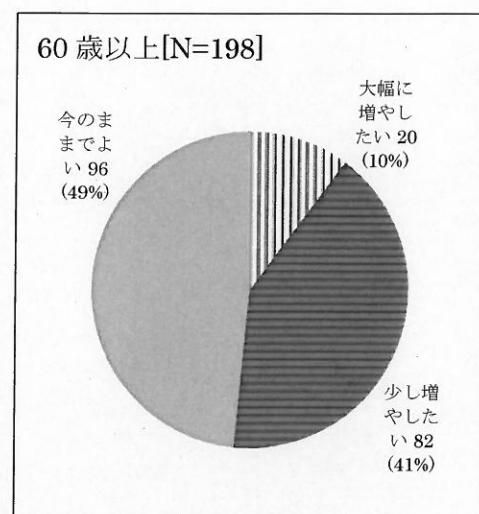
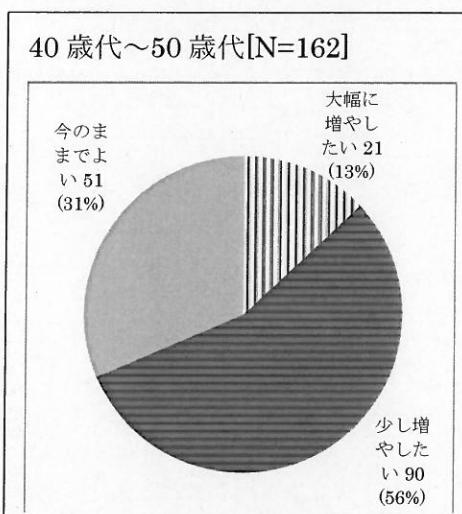
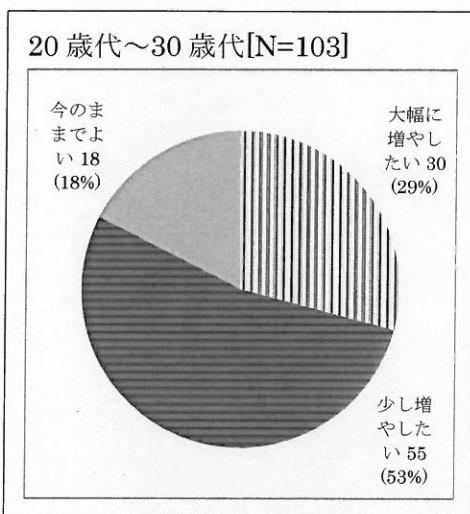
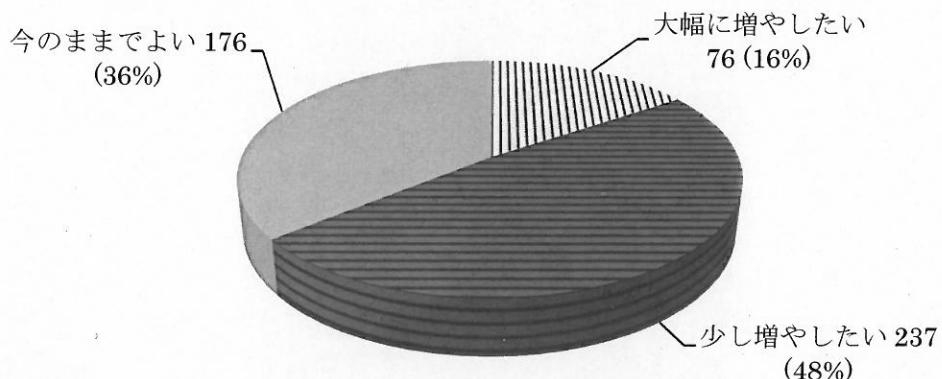


	20～30歳代	40～50歳代	60歳代以上
1位	値段を安くする	値段を安くする	値段を安くする
2位	美味しい料理レシピの紹介	美味しい料理レシピの紹介	旬の魚のPR
3位	鮮魚店での下ごしらえサービスの充実	鮮魚店での下ごしらえサービスの充実	美味しい料理レシピの紹介
4位	子供や保護者が食べなくなるようなPR	旬の魚のPR	鮮魚店での下ごしらえサービスの充実
5位	調理済み品の充実	調理済み品の充実	安全性を高める

#### 【設問別の傾向】

全世代に共通して、「値段」に対する取り組みや美味しいレシピの紹介等に期待している。また、20～30代の子育て世代では、子供や保護者に対するPRを求めていることが見て取れる。前述のとおり、「魚をもっと食べさせたい」という気持ちはあるものの20～30代の子育て世代で魚を食べる量が減った理由に「後片付けが面倒」「料理の仕方が分からない」が多く挙げられているように簡単にできる調理方法や調理済みのパック開発などの取り組みを行い、PRすることで魚食普及に期待ができる。

質問：あなたは、今より魚を食べる機会を増やしたいですか？ [N=489]



【設問別の傾向】

全体の約 6.4 %が増やしたいと感じており、子供のいる家庭や若い世代ほどその傾向が強くなっている。

このことは、魚好きである 60 歳以上の多くは、既に多くの魚を食べているのに対し、50 歳代までの世代においては、増やす意向さえあれば現実的に増やせる可能性が大きく、若い世代ほどその傾向が強いことを示唆するもので、

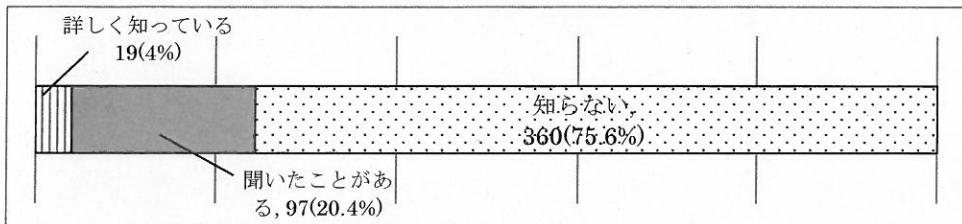
このことは、子供のいる家庭でも当てはまると思われる。また、前述の「3 年前と比べて魚を食べる回数（量）が増えた家庭（約 28 %）と今より増やしたい家庭（約 6.4 %）と比較すると、今から増やしたい家庭と感じている家庭の方が 3.6 ポイントも高いことから、今後の取り組み如何で魚食の拡大が期待できると思われる。

【平成 18 年度に実施した市民アンケートとの比較】

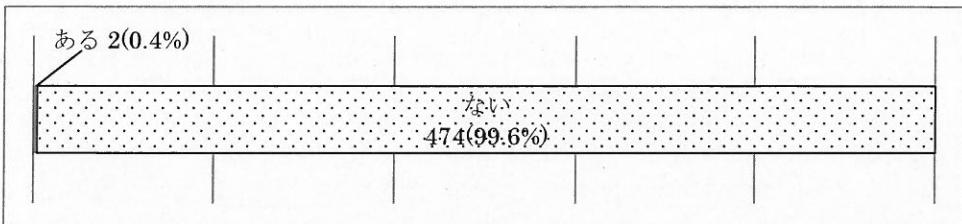
全体的な傾向は同じであるが、「増やしたい」答えた家庭が全体的に増加傾向にある。

質問：水産市場では、20歳から49歳の市民を対象に、魚の調理の基本（おもに魚の三枚下ろし方）を学んでいただくため、水産市場の調理室において、月に1回「魚料理教室」を開催しています。このことについてお尋ねします。

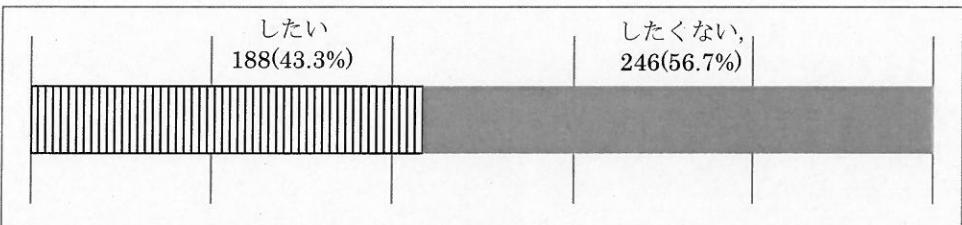
○魚料理教室を開催していることを知っていましたか？ [N=476]



○これまで参加したことがありますか？ [N=476]



○条件が合えば、今後、参加したいですか？ [N=434]



20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
18 (58.1%)	28 (38.9%)	34 (48.6%)	56 (65.9%)	110 (62.5%)
20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
13 (41.9%)	44 (61.1%)	36 (51.4%)	29 (34.1%)	66 (37.5%)
20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上

#### 【設問別の傾向】

約75%が開催していることを知らない反面、約40%強が参加したいと考えていることから、効果的な周知や募集方法を検討することで魚料理ができる人の増加が期待できる。

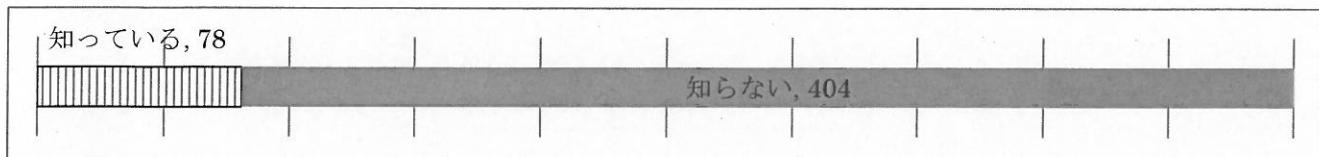
また、参加の意向を世帯別にみると、おおむね全世代から希望があるものの、前述の「タイ1匹から刺身を作れない人」の割合が、60歳代以上では約35%程度なのに対して、20歳代では、約80%となっていることから、今後もターゲットを絞った取り組みを検討する必要がある。

#### 【平成18年度に実施した市民アンケートとの比較】

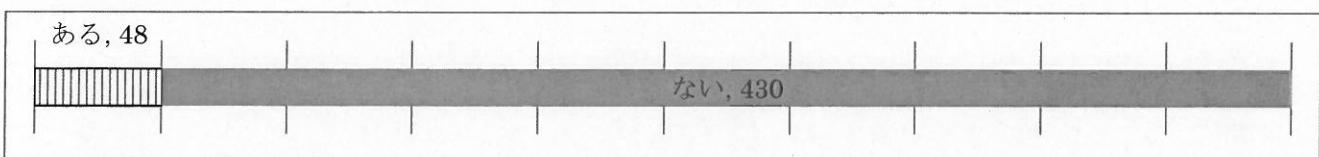
料理教室の開催について、知っている人が若干だが増加しているものの、参加したい人は、前回のアンケートでは約55%であったのに対し、今回のアンケートでは、約10ポイント減少している。いずれにせよ、ターゲットを絞った（50歳未満を対象にした）料理教室の継続が望まれる。

質問：水産市場では、魚食普及事業の一環として、鮮魚店やスーパーで魚を買うと、スタンプがもらえ、そのスタンプを5つ集めて応募すると、鮮魚や商品券等の景品が当たるポイント事業を毎年秋に実施しています。このことについてお尋ねします。

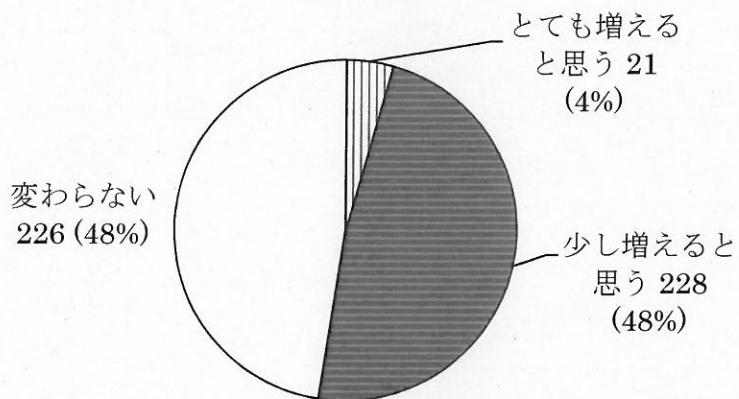
○あなたは、このポイント事業を知っていますか？ [N=482]



○あなたは、このポイント事業に参加したことがありますか？ [N=478]



○この事業を行うことで、あなたの魚を購入する量は変わるとと思いますか？ [N=475]



#### 【設問別の傾向】

魚を食べる回数（量）が減っている最も多い理由は、「値段が高い」であるが、これに対して、「値下げする」ことは困難なもの、本事業を行うことによって「お得感を提供する」ことは可能かと思われる。

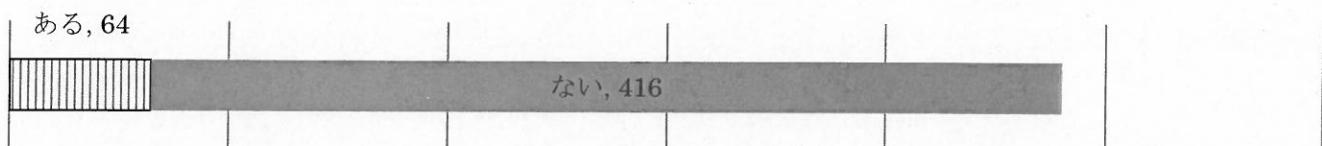
この事業を始めて今年度で第6回となるが、知っている人が約15%しかおらず、まだまだ周知不足であることが見て取れる。しかし、約50%強の人が魚の購入量が増えると感じていることから、本事業により魚の販売量の増加に一定の効果を期待することができる。

#### 【平成18年度に実施した市民アンケートとの比較】

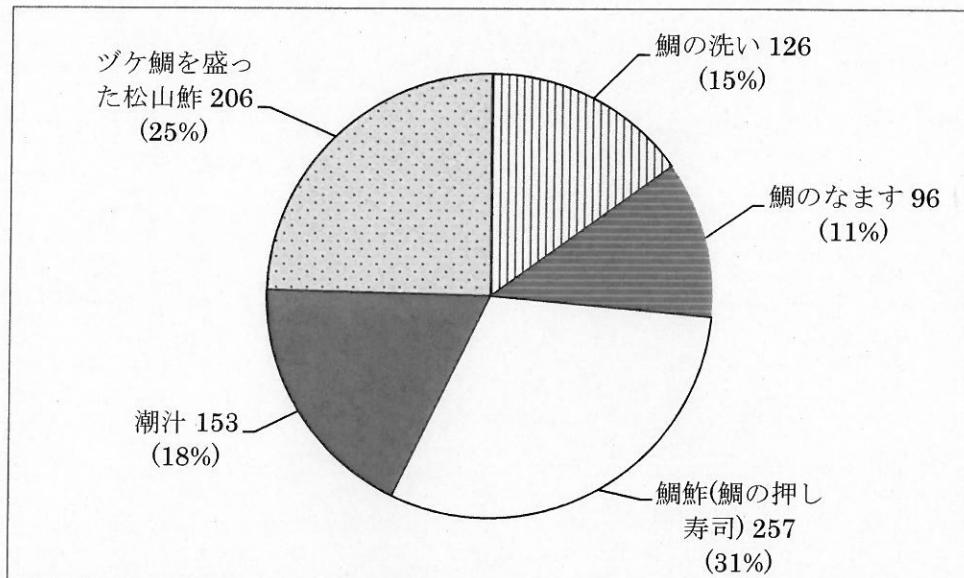
全体の傾向は変わっていないが、前回のアンケートでは「参加してみたい」と答えた人が約55%であったのに対して、実際に参加したことがある人は約10%と少ないことが分かるが、改めて周知方法や協力店の増加等の課題が浮き彫りになった。

質問：水産市場では「一嘗三嘆・子規が愛した瀬戸の鯛料理」として、正岡子規さんが明治時代に良く食べられていたという①鯛のなます、②鯛の洗い、③鯛鮓（鯛の押し寿司）、④ヅケ鯛を盛った松山鮓、⑤潮汁の5種類の鯛料理を平成23年10月に復活させました。そのことについてお尋ねします。

○この事業を聞いたり、見たりしたことがありますか？ [N=480]



○右の料理のうち、今後、食べたいと思う料理を選んでください。[N=480]

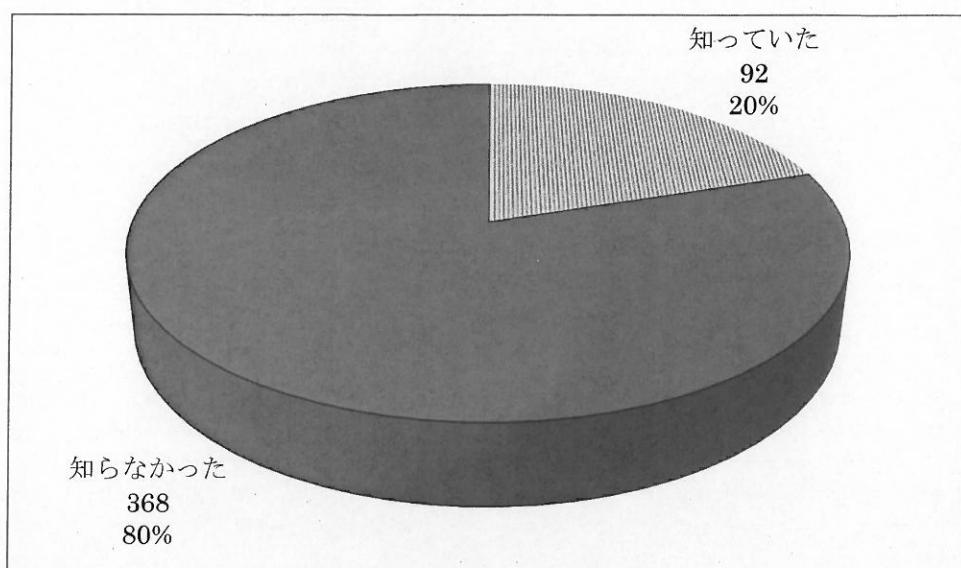


【設問別の傾向】

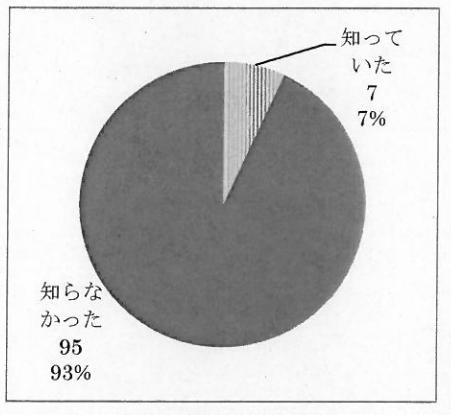
約13%が「一嘗三嘆 子規が愛した瀬戸の鯛料理」事業について知っていることが分かる。この数字は、前述の6回行っているポイント事業の周知度と大差はないことから、まずは知れわたっていると思われる。

また、一嘗三嘆の料理の中でも「鮓鮓」「ヅケ鯛を盛った松山鮓」は、特に食べてみたいと関心を持たれているため、今後のイベント等の際には、積極的にPRを図っていきたい。

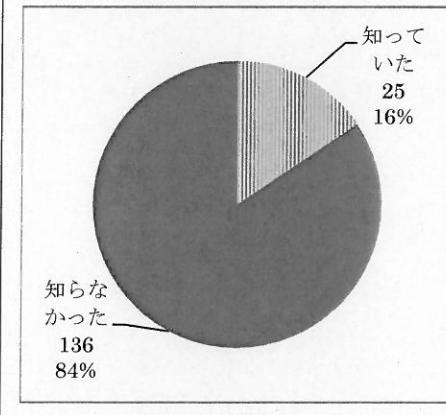
質問：平成25年4月20日に実施した三津の朝市 「旬・鮮・味まつり」 のイベントが開催されることはご存知でしたか？ [N=460]



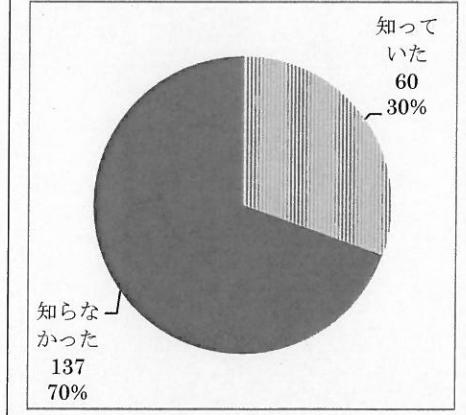
20歳代～30歳代[N=102]



40歳代～50歳代[N=161]



60歳以上[N=197]

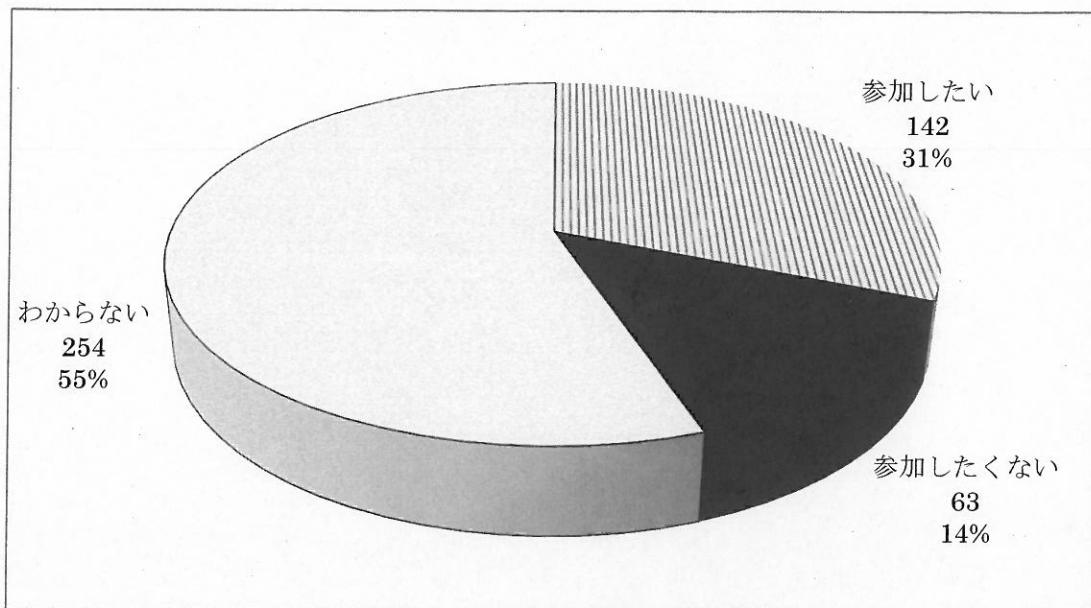


#### 【設問別の傾向】

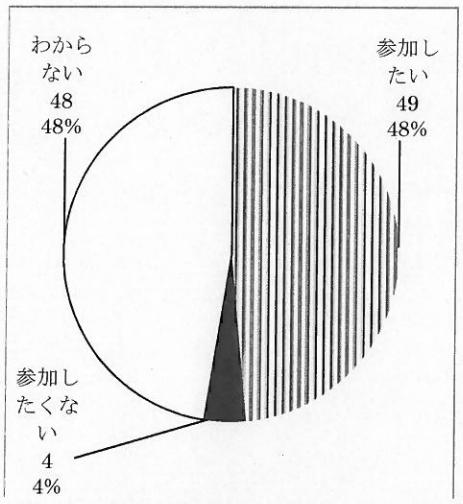
全体の80%がこのイベントを知らないと答えている。

世代別に見ると、60歳代以上は30%が「知っていた」が、20歳代～30歳代になると7%しか「知っていた」と答えた人がいなかった。若い世代になるほどイベントの周知率が悪い傾向となつた。

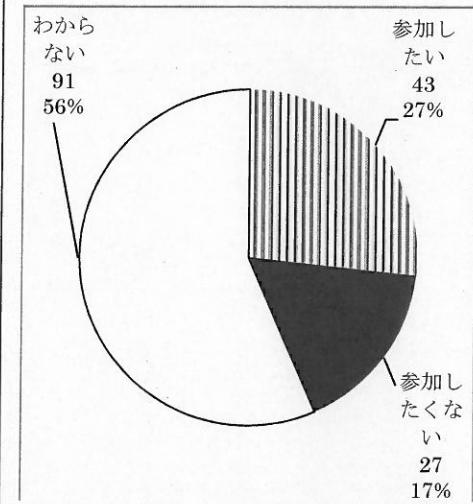
質問：今後、このイベントが定期的に開催された場合、参加したいですか？[N=459]



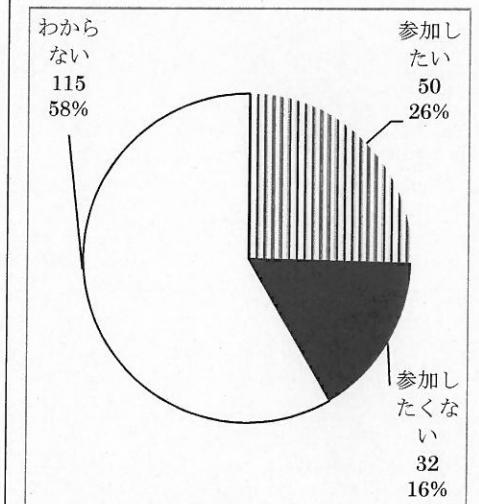
20歳代～30歳代[N=101]



40歳代～50歳代[N=161]



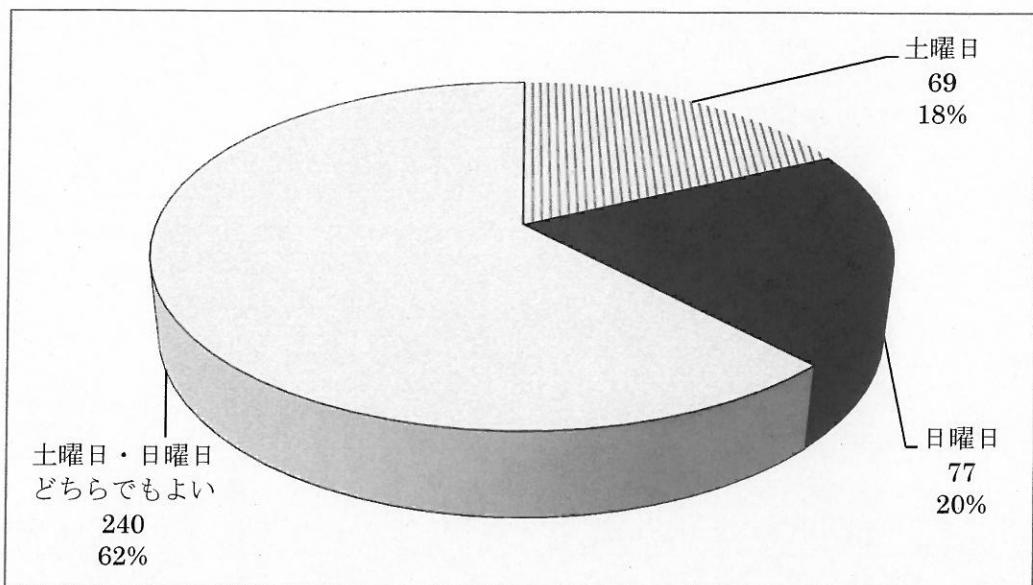
60歳以上[N=197]



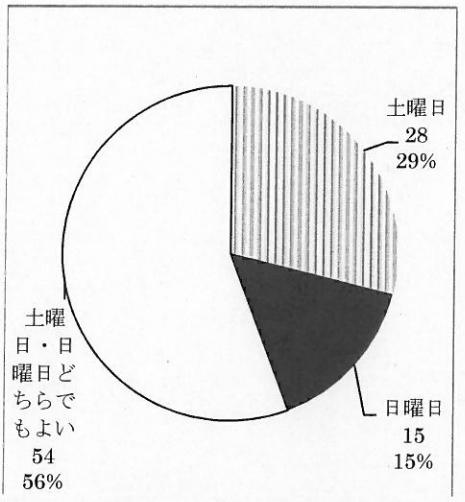
#### 【設問別の傾向】

全体で見ると、「参加したい」と答えたひとは、「参加したくない」と答えたひとの2倍以上となっており、特に20歳代～30歳代の若い世代は約50%がこのイベントに参加したいと答えている。若い世代は、より効果的な周知を行えば参加する人が増加することに期待ができる。

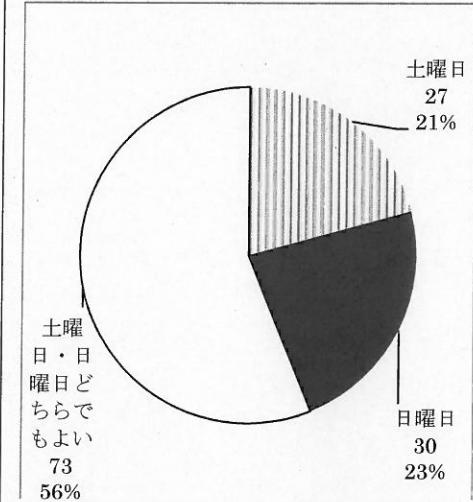
質問：今後、このイベントを開催する場合、開催曜日はいつがいいですか？ [N=387]



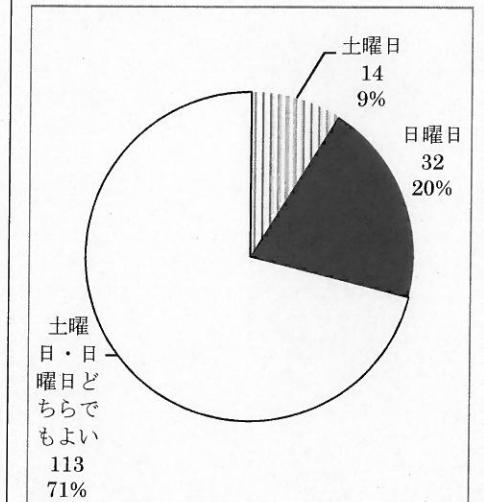
20 歳代～30 歳代[N=97]



40 歳代～50 歳代[N=131]



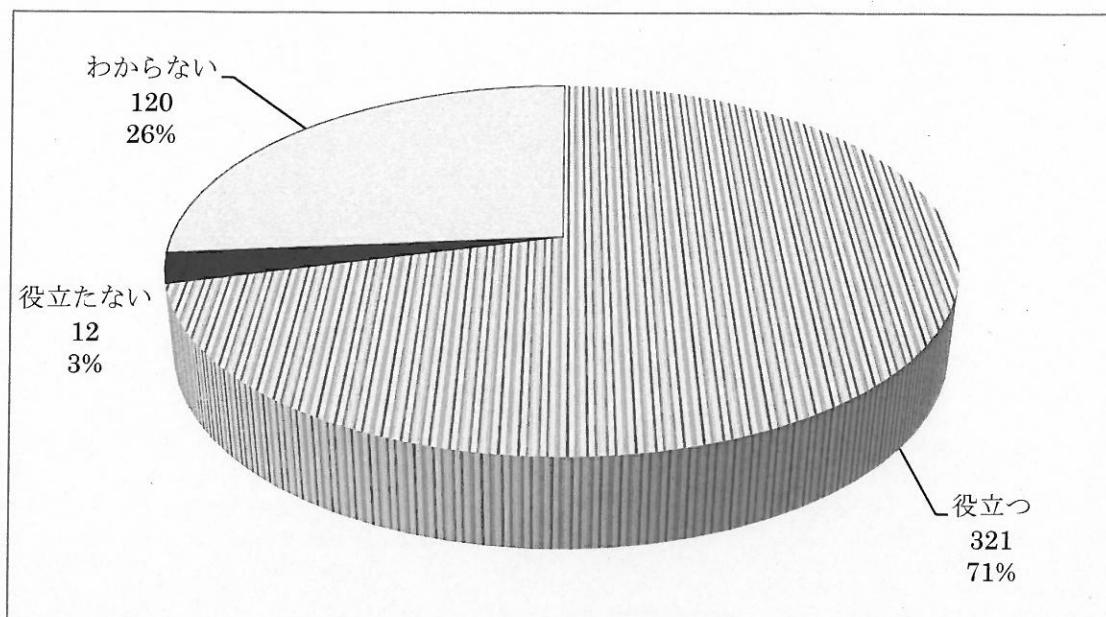
60 歳以上[N=159]



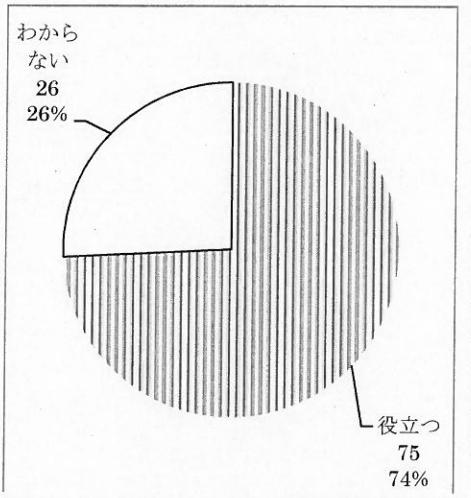
【設問別の傾向】

全体で見ると、約 60% は「土曜日・日曜日どちらでもよい」と答えており、  
20 歳代～30 歳代の若い世代は土曜日の方がよく、60 歳以上の世代は日曜日の方がよい  
と答えている。全体的にみるとほぼ同じとなっている。

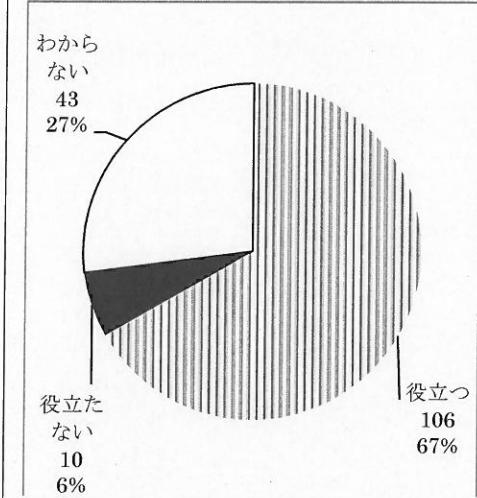
質問：このイベントの開催は、魚食普及に役立つと思いますか？ [N=453]



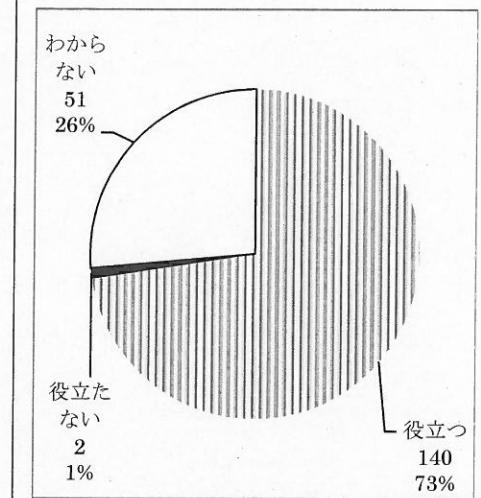
20歳代～30歳代[N=101]



40歳代～50歳代[N=159]



60歳以上[N=193]

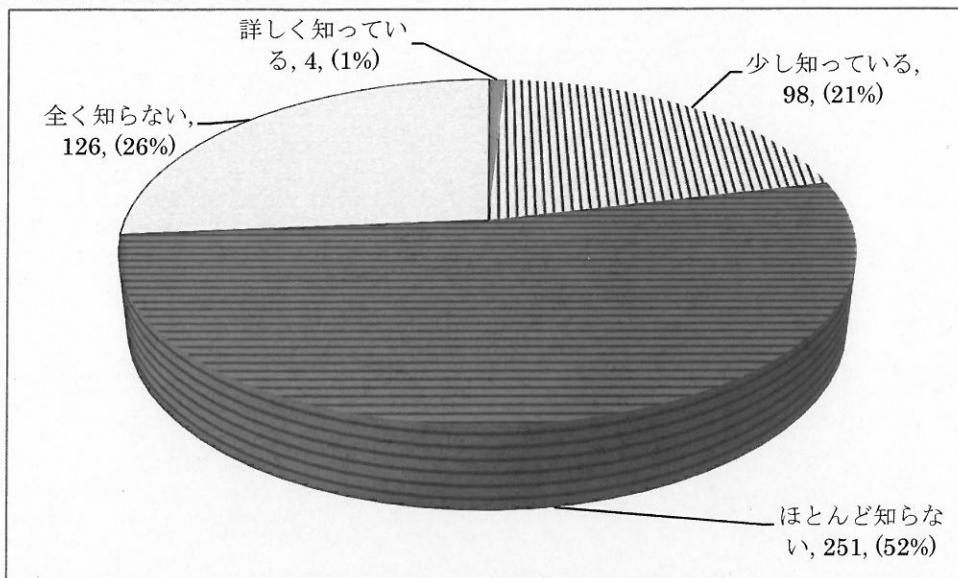


【設問別の傾向】

全体の約70%は、このイベントが魚食普及に役立つと答えており、継続したイベントの開催を行うことで、魚食普及の推進に役立つものと思われる。

質問：あなたの水産市場に関する認知度についてお尋ねします。

○水産市場の機能や役割をご存知ですか？ [N=479]



【設問別の傾向】

水産市場に関して、約 80 %は機能や役割について「ほとんど知らない」「全く知らない」と答えている。松山市の台所として今後水産市場の役割等を PR していく必要がある。